

MANUAL ZOHO CRM

POSIBLES CLIENTES

Definición de Posible cliente

El concepto de posible cliente se refiere a la entrada de un nuevo contacto en la base de datos o CRM. Siempre que alguna persona contacto con la empresa, solicite información o se interese por los servicios/productos se incluirá como nuevo prospecto. Desde aquí será trabajado para obtener información sobre este nuevo contacto y realizar el seguimiento comercial del mismo.

El objetivo es valorar si este posible cliente está cualificado y muestra interés en continuar el proceso comercial.

Captura y creación de Posible cliente

La creación de posibles clientes nos permite dejar registrada la información de personas que se han puesto en contacto con nosotros para recibir información.

Los datos de contacto puede ser incluida en el CRM de distintas formas:

- Forma manual: cuando un nuevo posible cliente se pone en contacto a través del teléfono, en persona u otro medio no-online este se introduce a mano. Para ello debe pulsarse en el botón "Crear nuevo posible cliente" desde la pestaña Posible cliente, o bien desde la creación rápida (situada a la izquierda de la barra de buscador de Zoho e identificada con el símbolo +)
- Forma automática: Zoho CRM proporciona un formulario, con los campos deseados, para incrustar en nuestro sitio web.
- Desde el e-mail: la integración de Google Apps permite trasladar los datos de un Posible Cliente desde un email al CRM.

Una vez completada la información en la ficha de Posible cliente, este ya está listo para comenzar a trabajar con él.

Podemos consultar los datos incluidos en cualquier momento, bien desde la barra de búsqueda situada a la derecha o desde la pestaña Posible cliente.

Seguimiento y gestión de Posible cliente

Las actividades permiten al usuario crear acciones de seguimiento al posible cliente. Estas acciones son básicas para la relación comercial ya que ellas son las encargadas de recordar las acciones que se deben realizar para que la evaluación y la venta sean llevadas correctamente.

Describimos cada una de las funcionalidades de seguimiento existentes (estas pueden variar en función de la personalización de cada CRM):

[Ocultar detalles](#)

Notas para este Prospecto

Abrir Actividades

	Nombre de propietario	Asunto	Hora de modificación	Tipo de actividad	Fecha de vencimiento	Estado	Fec
Editar Cerrar	Andy Altana	llamar para evaluación	28/06/2012 01:02 PM	Tareas	29/06/2012	No iniciado	
Editar Cerrar	Andy Altana	llamar completar datos	28/06/2012 01:02 PM	Tareas	29/06/2012	No iniciado	

[Nueva tarea](#) | [Nuevo evento](#) | [Registrar una llamada](#)

Actividades cerrados

No se encontraron registros

Documentos adjuntos

No se encontraron registros [Escritorio](#) [Zoho Docs](#) [Google Docs](#)

Corre electrónico

No se encontraron registros [Enviar correo](#)

Campañas

No se encontraron registros [Añadir Campañas](#)

1. Notas:

Espacio para incluir anotaciones y datos extra a los incluidos en la ficha de posible cliente.

2. Actividades:

Las actividades se dividen en 3:

- Tareas, son las encargadas de realizar el seguimiento de las actividades comerciales a realizar con el posible cliente. Estas tareas serán del tipo “llamar” o “enviar información” y permiten al comercial recordarse a si mismo el día que tienen que realizar dicha acción con un posible cliente en concreto.

Las tareas abiertas aparecerán en la pantalla de la pestaña Inicio y será lo primero que veremos en nuestro sistema al entrar cada día.

Las tareas abiertas están asociadas siempre a una fecha y un posible cliente. Estas estarán pendientes de realizar hasta que el comercial la marque como completada. Una vez cerrada la tarea pasará al histórico para poder ser consultada en un futuro. Las tareas son colaborativas y permiten escalarse a otro usuario. Para ello se debe pulsar en el campo “Titular de la tarea” y elegir al usuario adecuado.

- Eventos, permiten la gestión de las reuniones y eventos a realizar con un posible cliente. Se refieren a eventos que tengan una duración determinada. Estos pueden ser citas o reuniones, por ejemplo, y siempre estarán asociados a una fecha, una hora de comienzo y una de finalización. Los eventos también pueden escalarse y ser derivados a otro usuario del CRM. Esta acción se realiza de la misma forma que en las tareas. Los eventos quedan incluidos en la agenda de Zoho. Esta agenda se encuentra a la izquierda de la barra de búsqueda del menú y es personal de cada asesor.
- Registro de llamada, herramienta para registrar las llamadas entrantes y salientes. Interesante para opciones de soporte y voz por IP.

3. Documentos adjuntos:

Apartado para incluir documentos relacionados con la ficha de Posible cliente. Pueden incluirse documentos desde el escritorio, desde Zoho Docs (suite ofimática de Zoho) o desde Google Docs (en caso de contar con la integración entre Google Apps y Zoho CRM).

4. Correo electrónico:

Zoho permite el envío de plantillas de correo electrónico desde el propio sistema. Las plantillas permiten enviar un correo con campos personalizados, y pueden enviarse a un posible cliente/contacto o a varios, a través de filtros e informes.

Estas plantillas deben editarse antes desde la pestaña de configuración.

5. Campañas:

Realizan el seguimiento de las campañas de marketing de la empresa. Desde la funcionalidad de campaña de posible cliente podemos asociar este a una campaña de marketing concreta. Más adelante explicaremos más detenidamente esta función.

Una vez realizado el seguimiento del posible cliente, y si este muestra estar cualificado, este pasa a convertirse en un contacto, una cuenta (en el caso de B2B) y una oportunidad.

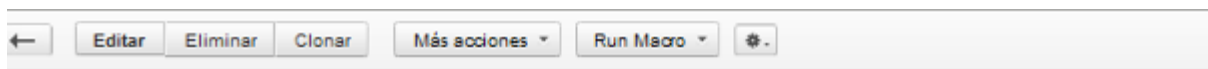
CONTACTOS

Creación de un contacto

Los contactos son las personas con las que vamos a trabajar la oportunidad de venta. Estos contactos están asociados a una empresa (en caso de B2B) y a una oportunidad de venta.

Estos son creados al convertir un posible cliente. También es posible crear un contacto desde la pestaña "Contacto".

La ficha de contacto será similar a la creada en Posible cliente, solo que no contendrá información relativa a la empresa (esta habrá migrado a cuenta) y puede contener más información relativa a la persona.



Sr. Carlos apellido1.1

Ultima actualizaci

Propietario de Contacto : [Andy Altena](#) [Cambiar](#)

Correo electrónico :

Tel. :

Móvil :

...

Origen

Procedencia:	ID Bancolombia:
Propietario de Contacto: Andy Altena Cambiar	Cómo nos conoció: Opción 1
ID cliente:	Proyecto: ALTOS DE BUENAVISTA

Datos de Contacto

Tel.:	Nombre de Contacto: Sr. Carlos apellido1.1
Mejor hora para llamar:	Móvil:
Creado por: Andy Altena mié, 27 jun 2012 01:46:16 PM	Correo electrónico:
País de interés.: Colombia	Provincia:
Ciudad de interés: Bogota	Estado:
Ciudad de residencia:	Modificado por: Andy Altena mié, 27 jun 2012 01:46:17 PM

Evaluación del cliente

País de interés:	Ciudad de interés:
Propósito:	Tipo de operación:
Estatus migratorio: Documentado	Años España/EEUU: 1-5
Ocupación: Construcción	Estado civil: Separado/a



Seguimiento del contacto

Para trabajar con el contacto tenemos las diferentes funcionalidades que describimos en el apartado anterior (Posibles clientes). Sumando algunas más:

1. Productos:

El producto asociado a dicho contacto.

2. Casos:

Apartado relacionado con las incidencias y el soporte.

3. Presupuestación:

Permite realizar un presupuesto al contacto seleccionado, o consultar los presupuestos generados a dicho contacto.

CUENTAS

Definición de Cuenta

La pestaña "Cuentas" se refiere a la ficha de empresa. Aquí quedará contenida toda la información referente a la organización implicada en la actividad comercial.

Las cuentas contienen la información corporativa, como los datos de facturación, CIF o razón social. De ella cuelgan los contactos que trabajan en dicha organización, para así tener organizado nuestro CRM de una forma coherente.

Trabajo con las cuentas

En lo relacionado con la actividad comercial, será con las cuentas con las que trabajamos a la hora de realizar un presupuesto o una factura.

OPORTUNIDADES

Creación de la oportunidad

Los comerciales trabajan sobre la oportunidad de venta de un producto/servicio. Para ello usarán la ficha Oportunidad.

Una oportunidad se genera una vez que el posible cliente o contacto muestra un interés en recibir una cotización de producto/servicio.

La oportunidad refleja los aspectos relacionados con la acción comercial, es desde esta ficha desde donde debemos trabajar la venta. Aquí confluyen el precio, la fase de venta, el contacto con el que tratamos la acción comercial, la probabilidad de venta, la campaña de marketing de la que resultó la oportunidad y cualquier otro aspecto que sea de interés, como las formas de pago, por ejemplo.

Una oportunidad está siempre relacionada con un contacto, la persona con la que trabajamos la venta, una cuenta o empresa (en el caso de empresas B2B)

Financiera: SEM y Promoción - 180,00 €				
Propietario de Proyecto:	Sonia Cambreno Perez	Cambiar		
Fase:	Desarrollo			
Probabilidad (%):	100			
Ingresos esperados:	180,00 €			
Fecha de cierre:	20/06/2011			
Ver				
Información sobre Proyectos				
Propietario de Proyectos:	Sonia Cambreno Perez	Cambiar	Fase:	Desarrollo
CODI:	2011PR50		Fecha de cierre:	20/06/2011
Nombre de Proyectos:	Financiera SEM y Promoción		Fuente de Campaña:	Socios
Nombre de Cuenta:	Financiera		Modificado por:	Olivero, T. [email] ma 12:21:43 PM
Nombre de Contacto:	Ignacio Ramos Franco		Creado por:	Sonia Cambreno P 2011-01-12:43 PM
Fuente de Posible cliente:	Partner		Costes Directos asociados:	
Coste horas:			Nº de Usuarios:	1
Portal cliente (Google Site):			Software actual:	
Datos económicos (no editar)				
Margen Bruto:	100	Probabilidad (%):	100	
Ingresos esperados:	180,00 €	Cantidad:	180,00 €	
Observaciones				
Obsevaciones:				
Descripción:	Contacto proporcionado por Alberto para la promoción de su empresa. Es de Madrid. financiera			

Funcionalidades de seguimiento

Para el seguimiento de la venta los comerciales cuentan con las mismas funcionalidades descritas en posibles clientes. Estas podrán encontrarlas justo abajo de la ficha con la información relativa a la oportunidad.

Fases de venta

Uno de los puntos más importantes relacionados con la oportunidad son las fases.

Estas reflejan el estado de la venta y serán definidas por cada empresa en función de sus procesos comerciales habituales.

Según el comercial va cambiando las fases, se genera una probabilidad de venta, lo cual es muy útil a los superiores a la hora de obtener gráficas e informes sobre las ventas y su estado.